

# การวิเคราะห์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย\*

## A Causal Analysis of Factors Affecting the Success of the Tourism Industry Business in the Northeastern Region of Thailand

<sup>1</sup>ศุภกัญญา เกษมสุข, <sup>2</sup>อโนทัย ทหารสาร และ <sup>3</sup>ธรรมวิมล สุขเสริม

<sup>1</sup>Supakanya Kasamsuk, <sup>2</sup>Anothai Harasarn and <sup>3</sup>Thumwimon Sukserm

<sup>1,2</sup>มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

<sup>3</sup>คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

<sup>1,2</sup>Ubon Ratchathani Rajabhat University,

<sup>3</sup>Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University, Thailand.

<sup>1</sup>Corresponding Author's Email: supakanya.k@ubru.ac.th



### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความสำคัญของทุนทางสังคม ภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 630 ตัวอย่าง ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ และใช้สถิติอนุมานในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยด้วยวิธีการสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) การศึกษาความสำคัญของทุนทางสังคม ภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทุกตัวมีระดับความสำคัญภาพรวมในระดับมาก 2) การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ทุนทางสังคมมีอิทธิพลต่อภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมบริการและความสำเร็จของธุรกิจ ส่วนภาวะความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมบริการ ส่วนนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขันอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม พบว่า ภาวะความเป็นผู้ประกอบการไม่ได้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันโดยตรง

\*Received February 16, 2021; Revised March 29, 2021; Accepted April 25, 2021

แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผ่านนวัตกรรมบริการและความได้เปรียบในการแข่งขัน และโมเดลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลมีความเหมาะสมพอดีในเกณฑ์ที่ดี ( $X^2 = 1565.354$ ,  $df = 1597$ ,  $p = 0.709$ ,  $X^2/df = 0.98$ ,  $GFI = 0.928$ ,  $AGFI = 0.910$ ,  $RMR = 0.024$ ,  $RMSEA = 0$ )

**คำสำคัญ:** ธุรกิจอุตสาหกรรม; การท่องเที่ยว; ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ; ประเทศไทย

## Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to investigate the significance of social capital, entrepreneurship, competitive advantage, service innovation, and the success of tourism industry business in the Northeastern region of Thailand; and 2) to study the casual factors affecting the success of tourism industry business in the Northeastern region of Thailand. The study employed a quantitative research approach with multi-stage sampling, using a sample group of 630 tourism entrepreneurs from the Northeastern region. As the tool, a questionnaire was employed. The obtained data were analyzed using percentage as a descriptive statistics, and structural equation modeling was also employed to test the hypothesis.

From the study, the following results have been found: 1) The study into the importance of social capital, entrepreneurship, competitive advantage, service innovation, and the success of tourism industry business in the Northeastern region of Thailand found that all factors have the high level of significance. 2) The casual factors affecting the success of tourism industry business in the Northeastern region of Thailand revealed that social capital has influence on entrepreneurship, competitive advantage, service innovation, and the success of business. Entrepreneurship has influence on service innovation. Service innovation has influence on competitive advantage and the success of business. Competitive advantage has influence on the success of business. However, the study also found that entrepreneurship does not have direct influence on the success of business and competitive advantage, but it has indirect influence on the success of business through service innovation and competitive advantage. The structural model is relevant to the empirical data because it meets the goodness-of-fit criteria ( $X^2 = 1565.354$ ,  $df = 1597$ ,  $p = 0.709$ ,  $X^2/df = 0.98$ ,  $GFI = 0.928$ ,  $AGFI = 0.910$ ,  $RMR = 0.024$ ,  $RMSEA = 0$ ).

**Keywords:** Industrial Business; Tourism; Northeastern Region; Thailand



## บทนำ

ปัจจุบันเศรษฐกิจประเทศไทยมีการขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากหลายสถานการณ์ ทั้งจากผลกระทบจากภาวะกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน ผลกระทบจากโรคไวรัสโคโรนาหรือโควิด 19 (COVID-19) หรือแม้แต่ปัญหาภัยแล้งที่รุนแรงกว่าที่คาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและการจ้างงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวจำนวนมาก (Macro Economy, Department, 2020) โดยทุกครั้งที่ประเทศไทยเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่พุงและยกระดับภาวะเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นภาคส่วนที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยว ภาครัฐจึงมีนโยบายในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เติบโตมากขึ้น และให้ความสำคัญกับการเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้สูง การกระจายตลาดนักท่องเที่ยวให้มีความสมดุลมากขึ้น ด้วยมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจในการท่องเที่ยวและสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทย (GSB Research, 2019) หากพิจารณามูลค่าจากการท่องเที่ยวที่เกิดจากโครงการสนับสนุนของภาครัฐ (Ministry of Tourism and Sports, 2018) พบว่า มูลค่าจากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีน้อยกว่าภาคอื่น ๆ แต่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนนักท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับ 3 ของประเทศ มีสัดส่วนถึงร้อยละ 14.2 และเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 มากกว่าทุกภาค ถึงร้อยละ 5.78 ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาเศรษฐกิจให้พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเอง จึงต้องมีการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ดี โดยต้องกำหนดกลยุทธ์ให้องค์การมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่องและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันตลอดเวลา (Wingwon, Nojthonglek, and Phiriyakun, 2013)

ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยปรับตัวช้า เมื่อเทียบกับหลายประเทศ (Chitsuchon, 2014) เนื่องจากคุณภาพคนต่ำ การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาต่ำ คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานยังไม่ได้ และปัญหาการบริหารจัดการภาครัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ ล้าสมัยและขาดประสิทธิภาพในการบังคับใช้ ทำให้เศรษฐกิจไทยพัฒนาได้ช้า ทำให้รัฐบาลต้องมุ่งเน้นเสริมสร้างโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการให้มากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่การสร้างระบบเศรษฐกิจให้มีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ ด้วยเศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล เน้นให้มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และเป็นสังคมผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ (Office of the National Economic and Social Development Board, 2015) จึงต้องนำศักยภาพผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจ และนวัตกรรมองค์กรมาสร้างเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน (Satyophat, Loetphachin, and Techatanminsakun, 2014) โดยเฉพาะผู้ประกอบการและสมาชิกในสังคมนั้นอยู่ร่วมกันและประสานความร่วมมือกันให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน (Carroll, 2001) บนพื้นฐานของความไว้วางใจ บรรทัดฐานของการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และเครือข่าย ความสัมพันธ์ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของส่วนรวม (Putnam, 1995) โดยผู้ประกอบการต้องนำสมรรถนะและทักษะของตนที่สามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการที่มีผลต่อขีดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Kunene,



2008) ดังนั้น ธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือมีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง (Dustin, Bharat, and Jitendra, 2014) ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน และทำให้องค์กรมีความสามารถหลักที่โดดเด่น เป็นเกราะในการป้องกันและสกัดกั้นคู่แข่งขึ้น นำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป (Collins, and Troilo, 2015) ด้วยการสร้างนวัตกรรมบริการทำให้เกิดการพัฒนาบริการใหม่ ถือเป็นการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า (Chinchang, 2020)

จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีมากเป็นลำดับที่ 3 ของประเทศ แต่รายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือกลับมีรายได้จากการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด จึงเป็นประเด็นสำคัญในการศึกษาหาวิธีสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยให้ใกล้เคียงกับภูมิภาคอื่นๆ เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น ผู้วิจัยจึงทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยต่างๆ ทำให้พบว่า ธุรกิจบริการต่างๆ นำทุนทางสังคมมาพัฒนาและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น ด้วยการนำความคิดสร้างสรรค์มาสู่พัฒนานวัตกรรม ทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พร้อมยกระดับห่วงโซ่มูลค่าด้วยการใช้เทคโนโลยีได้ แต่อย่างไรก็ตาม ในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น ยังไม่มีผู้ศึกษาในปัจจุบันเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษา เพื่อให้เห็นถึงแนวทางการสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการของธุรกิจการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่งเสริมให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันที่ชัดเจน ด้วยการสร้างมูลค่า สร้างนวัตกรรมบริการ จนกระทั่งก่อให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ จึงทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาวิจัยในหัวข้อ “การวิเคราะห์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย” เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของทุนทางสังคม ภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และนวัตกรรมบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ และเพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจได้นำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์แข่งขันของธุรกิจต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของทุนทางสังคม ภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบการสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ มีการดำเนินการดังต่อไปนี้



**ขั้นตอนที่ 1** ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในจังหวัดต่าง ๆ 20 จังหวัด ซึ่งประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5 หมวด ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจบริการรถขนส่ง เป็นประชากรที่มีจำนวนไม่จำกัด

**ขั้นตอนที่ 2** การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์โครงสร้าง (Structural Equation Modeling) จำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่กว่า 100 ตัวอย่าง ซึ่ง Hair et al. (2006) ได้เสนอให้พิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างควบคู่กับจำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ต้องการประมาณค่า หากพารามิเตอร์มีจำนวนมากควรต้องมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้นด้วย สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มีพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า จำนวน 63 พารามิเตอร์ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 10:1 ได้จำนวน 630 ตัวอย่าง ส่วนวิธีการสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยทำการสุ่มเป็นขั้นตอนจากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 15,000 ล้านบาท ถือเป็นขนาดใหญ่มาก ได้แก่ นครราชสีมา 2) กลุ่มจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 10,001-15,000 ล้านบาท ถือเป็นขนาดใหญ่ ได้แก่ ขอนแก่น 3) กลุ่มจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 5,001-10,000 ล้านบาท ถือเป็นขนาดกลาง ได้แก่ อุบลราชธานี อุดรธานี 4) กลุ่มจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 ล้านบาท ถือเป็นขนาดเล็ก ได้แก่ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ สกลนคร สุรินทร์ นครพนม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ ยโสธร มหาสารคาม หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ บึงกาฬ หนองคาย เลย มุกดาหาร (Ministry of Tourism and Sports, 2020)

**ขั้นตอนที่ 3** เครื่องมือในการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามในการวัดตัวแปร แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถาม และส่วนที่ 2 เป็นความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทุนทางสังคม ภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และนวัตกรรมบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราช่วงประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

**ขั้นตอนที่ 4** การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน มีค่าระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Nunnally and Bernstein, 1994) จากนั้นได้นำแบบทดสอบไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ของข้อคำถามในแต่ละด้าน พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.596-1.000 และค่าทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อคำถาม ได้ทดสอบด้วยค่า Cronbach's alpha coefficient อยู่ระหว่าง 0.803-0.886 ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่มีความเชื่อมั่นสูง ตามที่ Hair et al. (2006) กำหนดไว้ว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไป และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคมากกว่า 0.80 ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 น้ำหนักองค์ประกอบและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

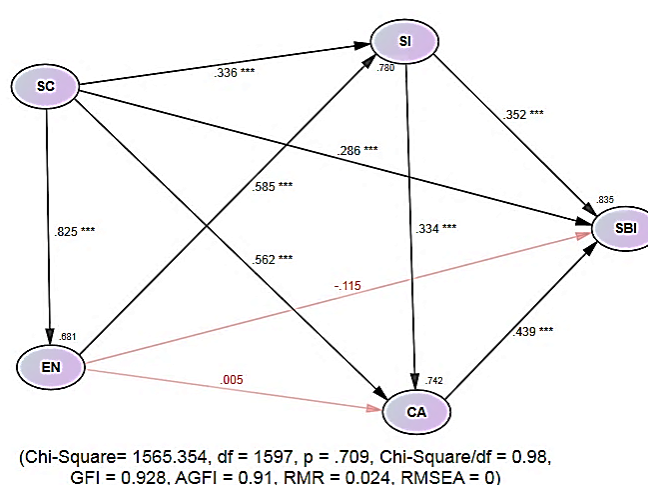
| Item             | SC          | EN          | CA          | SI          | SBI         |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Factor Loading   | 0.663-0.896 | 0.700-0.813 | 0.596-0.843 | 0.600-0.844 | 0.614-1.000 |
| Cronbach's Alpha | 0.803       | 0.886       | 0.845       | 0.815       | 0.822       |

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ร้อยละ (Percent) และมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) และทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง

### ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยทั้ง 5 พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าทุนทางสังคม มีระดับความสำคัญภาพรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.897$ ) ภาวะความเป็นผู้ประกอบการมีระดับความสำคัญภาพรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.002$ ) ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีระดับความสำคัญภาพรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.954$ ) นวัตกรรมบริการ มีระดับความสำคัญภาพรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.943$ ) และความสำเร็จของธุรกิจ มีระดับความสำคัญภาพรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.742$ )

ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลมีความเหมาะสมพอดีในเกณฑ์ที่ดี ( $X^2 = 1565.354$ ,  $df = 1597$ ,  $p = .709$ ,  $X^2/df = 0.98$ ,  $GFI = 0.928$ ,  $AGFI = 0.91$ ,  $RMR = 0.024$ ,  $RMSEA = 0$ ) ดังภาพที่ 1 ดังนี้



รูปภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

ผลการตรวจสอบอิทธิพลทางตรงของโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย พบว่า ปัจจัยทุนทางสังคม (SC) มีอิทธิพลทางตรงต่อภาวะความเป็นผู้ประกอบการ (EN) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.825 มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน (CA) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.562 มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมบริการ (SI) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.336 และมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ (SBI) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.286 ปัจจัยภาวะความเป็นผู้ประกอบการ (EN) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน (CA) และไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ (SBI) แต่มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมบริการ (SI) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.585 ปัจจัยนวัตกรรมบริการ (SI) มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ (SBI) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.352 มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน (CA) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.334 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ (SBI) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.439 ดังตารางที่ 2 ดังนี้

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

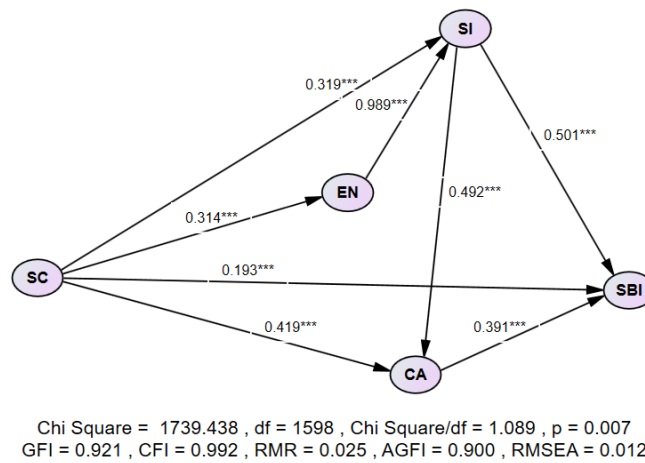
| เส้นทาง     | อิทธิพลทางตรง<br>Direct Effect | อิทธิพลทางอ้อม<br>Indirect Effect | อิทธิพลรวม<br>Total Effect |
|-------------|--------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| SC ---> EN  | 0.825***                       |                                   | 0.825***                   |
| SC ---> CA  | 0.562***                       | 0.116**                           | 0.678***                   |
| SC ---> SI  | 0.336***                       | 0.483**                           | 0.819***                   |
| SC ---> SBI | 0.286***                       | 0.562**                           | 0.848***                   |
| EN ---> SI  | 0.585***                       |                                   | 0.585***                   |
| EN ---> SBI | -0.115                         | 0.294**                           | 0.179**                    |
| EN ---> CA  | 0.005                          | 0.086**                           | 0.091**                    |
| SI ---> SBI | 0.352***                       | 0.147*                            | 0.499***                   |
| SI ---> CA  | 0.334***                       |                                   | 0.334***                   |
| CA ---> SBI | 0.439***                       |                                   | 0.439***                   |

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .001 / \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .01 / \* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .05

## องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ทุนทางสังคมนำไปสร้างนวัตกรรมบริการและความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น สรุปได้ว่าความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เกิดจากการที่ผู้ประกอบการ

คำนึงถึงการสร้างนวัตกรรมบริการจากทุนทางสังคม นำมาสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งสามารถนำเสนอได้ดังโมเดลความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังภาพที่ 2



**รูปภาพที่ 2** รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาความสำคัญของทุนทางสังคม ภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ทุกตัวมีระดับความสำคัญภาพรวมในระดับมาก โดยผู้ประกอบการและสมาชิกในสังคมที่อยู่ร่วมกัน มีการประสานและร่วมมือกัน ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน (Carroll, 2001) ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องนำสมรรถนะและทักษะของตนที่สามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจได้ (Kunene, 2008; Satyophat, Loetphachin, and Techatanminsakun, 2014)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลมีความเหมาะสมพอดีในเกณฑ์ที่ดี ( $X^2 = 1565.354$ ,  $df = 1597$ ,  $p = .709$ ,  $X^2/df = 0.98$ ,  $GFI = 0.928$ ,  $AGFI = 0.91$ ,  $RMR = 0.024$ ,  $RMSEA = 0$ ) ซึ่งปัจจัยทุนทางสังคมช่วยให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำเร็จในการดำเนินงานได้ โดยผู้ประกอบการที่ใช้เครือข่าย (Network) ให้เป็นประโยชน์แก่ธุรกิจ มีการสร้างบรรทัดฐาน (Norm) ในการอยู่ร่วมกัน ให้ได้รับความไว้วางใจและการยอมรับ (Trust) มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันกับโครงสร้างทางสังคม (Structure of Social Capital Relations) นำไปสู่การสร้างภาพพจน์ที่ดีและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในอยู่ร่วมกัน สอดคล้องกับ Carroll (2001) และ Putnam (1993) ชี้ว่า ทุนทางสังคมช่วยให้คนในสังคมอยู่ร่วมกัน ด้วยความไว้วางใจ การช่วยเหลือเกื้อกูลกันทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม และเกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้เกิดการร่วมกัน



คิดค้นนวัตกรรมที่เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมต่อกลุ่มและสังคม (Thongmak, and Ongkhasing, 2017) ใช้ความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (Chuankroekkun, and Laksitmat, 2019)

ปัจจัยนวัตกรรมบริการเป็นกระบวนการปรับปรุงการให้บริการใหม่ ๆ ในตลาด โดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยี ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและทรัพยากรของธุรกิจ เช่น ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน เป็นต้น พร้อมใช้ความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อส่งมอบคุณค่าของบริการให้กับลูกค้า จนเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันได้ นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ สอดคล้องกับ Bakar, and Ahmad (2010) กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นความสามารถของธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือโอกาสทางการค้าใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ Chinchang (2020) พบว่า นวัตกรรมบริการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า และส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นความสามารถที่เกิดจากคุณลักษณะภายในองค์กรที่มีเหนือคู่แข่ง สอดคล้องกับ Petchphongphan (2019) ได้ศึกษาพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันจึงมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งทำให้องค์กรมีความเป็นผู้นำด้านต้นทุน ผู้นำด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Spanos, and Lioukas, 2001) จึงถือเป็นสภาพขององค์กรที่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง (Dustin, Bharat, and Jitendra, 2014)

ส่วนภาวะความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางอ้อมต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผ่านนวัตกรรมบริการและความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการที่นำความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ทรัพยากรของตนให้เกิดคุณค่าและเสนอต่อตลาดและลูกค้าได้ และความมั่นใจในการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ทำให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมาย สอดคล้องกับ Khajeheian (2017) ได้ชี้ว่า ภาวะความเป็นผู้ประกอบการเป็นความสามารถของผู้ประกอบการในการแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจ จากทรัพยากรที่ตนมีอยู่ เพื่อนำเสนอคุณค่าของสินค้าและบริการสู่ตลาดและลูกค้า และ Zeebaree, and Siron (2017) ซึ่งองค์ประกอบของภาวะความเป็นผู้ประกอบการออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ความคิดสร้างสรรค์ 2) ความสามารถในการบริหารจัดการในเชิงรุก 3) ความกล้าเสี่ยงและความมั่นใจในการตัดสินใจ ซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในด้านรายได้และสร้างความเจริญเติบโตให้แก่องค์กรนั้น เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ต้องใช้สมรรถนะด้านโอกาสความสามารถในการบริหารจัดการโดยใช้สมรรถนะด้านการคิดเชิงกลยุทธ์สมรรถนะด้านการมองภาพ องค์กรรวมสมรรถนะด้านสัมพันธภาพ และความมั่นใจในการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ (Ahmad, Ramayah, Wilson, and Kummerow, 2010)

## สรุป

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ตัว ได้แก่ ทุนทางสังคม ภาวะความเป็น



ผู้ประกอบการ นวัตกรรมบริการ และความได้เปรียบในการแข่งขัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย โดยภาวะความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางอ้อมต่อต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผ่านนวัตกรรมบริการและความได้เปรียบในการแข่งขัน

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า ทูทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรสร้างเครือข่ายทางสังคม เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ เชื่อมโยงธุรกิจและการรวมตัวเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ สร้างโครงสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน เกิดความไว้วางใจและค่านิยมร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าสินค้าและบริการ เช่น การดำเนินธุรกิจในรูปแบบคลัสเตอร์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง บริการเช่ารถ ธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์ ธุรกิจสวนสนุก ธุรกิจนันทนาการ ร้านนวดและสปา โรงภาพยนตร์ ธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้ทุกธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ประโยชน์ร่วมกัน

1.2 จากผลการวิจัย พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้น การนำวัฒนธรรมประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มาสร้างเป็นนวัตกรรมบริการได้ โดยนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้มากขึ้นในการให้บริการ เช่น ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ควรมีการนำประเพณีแห่เทียนของจังหวัดอุบลราชธานีมาสร้างเป็นนวัตกรรมบริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำประเพณีนี้มาสร้างสรรค์เป็นสินค้าที่ระลึกและบริการใหม่ ๆ เช่น เทียนหอมในรูปทรงของเทียนพรรษา ทำผลิตภัณฑ์ชุดแกะสลักเทียนพรรษานาถพุกา การสร้างศูนย์การเรียนรู้ที่รวบรวมองค์ความรู้มาจัดและนำเสนอเป็นนิทรรศการแบบ 3D ของงานประเพณีการแห่เทียนพรรษา เป็นต้น เพื่อสามารถบริการนักท่องเที่ยวได้หลายช่วงเวลามากขึ้น หรือการนำประเพณีผีตาโขนของจังหวัดเลย มาสร้างเป็นสินค้าที่ระลึกให้เหมาะกับวิถีของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ ซึ่งสามารถนำมาใช้ได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กระเป๋าตลาดโลกร้อนลายผีตาโขน ออกแบบลายผีตาโขนโดยประยุกต์ให้เข้ากับค่านิยมของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนั้น การสร้างนวัตกรรมบริการ ควรนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้

1.3 จากผลการวิจัย พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการสร้างนวัตกรรมบริการที่ใหม่ ๆ และมีความโดดเด่นมากกว่าคู่แข่ง นำศิลปวัฒนธรรมและนำทุนทางสังคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น เครือข่ายของผู้ประกอบการในพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน การนำประเพณีและวัฒนธรรมมา



สร้างมูลค่า เป็นต้น ควรสร้างอัตลักษณ์ของธุรกิจให้เหนือคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของตลาด ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

1.4 จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องพัฒนาศักยภาพตนเองและพัฒนารูปแบบการทำงานให้มีความทันสมัย พัฒนาคุณภาพการบริการให้มีเอกลักษณ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ด้วยการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า เน้นการอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ การเกิดความแตกต่างในการให้บริการ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในรับบริการที่ดี จะสามารถตราตรึงอยู่ในใจลูกค้า และสามารถอยู่รอดได้ในที่สุด ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษานโยบายทางเศรษฐกิจทางภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร

2.2 ควรศึกษากลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดที่สำคัญต่อภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.3 ควรศึกษาการลงทุนและการวางแผนทางการเงินของธุรกิจ เพื่อให้ได้ข้อมูลและแนวโน้มที่น่าไปวางแผนการเงินของธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้

## References

- Ahmad, N.H., Ramayah, T., Wilson, C., & Kummerow, L. (2010). Is entrepreneurial Competency and Business Success relationship Contingent upon Business Environment?: A Study of Malaysian SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(3), 182- 203.
- Bakar, A., & Ahmad, H. (2010). Small Medium Enterprises' Resources and the Development of Innovation in Malaysia. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*, 16(3), 420-435.
- Carroll, T. F. (2001). *Social capital, local capacity building, and poverty reduction Social Development Papers no. 3*. Manila: Asian Development Bank.
- Chinchang, P. (2020). Service Innovation Capability and Sustainable Firm Performance: An Empirical Research of Hotel Business in Thailand. *Panyapiwat Journal*, 12(1), 15-29.
- Chitsuchon, S. (2014). *Research report Enhancement of economic growth Thailand's long-term: institutional perspective and recommendations*. Bangkok: Thailand Development Research Institute.



- Chuankroekkun, S., & Laksitmat, P. (2019). Upgrading the Cultural Tourism Market in Sing Buri Province by the Community. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 9(2), 9-17.
- Collins, J. M., & Troilo, M. L. (2015). National factor effects on firm competitiveness and innovation. *Competitiveness Review*, 25(4), 392-409.
- Dustin, G., Bharat, M., & Jitendra, M. (2014). Competitive advantage and motivating innovation. *Advances in Management*, 7(1), 1-7.
- GSB Research. (2019). *Report of the top business and industry - at risk for the year 2020*. Retrieved April 25, 2020, from [https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/01/IN\\_Sunrise\\_Overall\\_63\\_detail.pdf](https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/01/IN_Sunrise_Overall_63_detail.pdf)
- Hair, J. F. et al. (2006). *Multivariate data analysis (Vol. 6)*. Pearson Prentice Hall: Upper Saddle River.
- Khajeheian, D. (2017). Media Entrepreneurship: A Consensual Definition. *AD-Minister*, 30(30), 91-113.
- Kunene, T. R. (2008). *A critical analysis of entrepreneurial and business skills in SMEs in the textile and clothing industry in Johannesburg, South Africa*. (Doctoral dissertation). University of Pretoria. Pretoria, South Africa.
- Macro Economy, Department. (2020). *Thailand's economic direction in 2020 slows below expected and below potential*. Retrieved February 28, 2020, from [https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Page/Phrasiam\\_1\\_63.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Page/Phrasiam_1_63.aspx).
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Domestic tourism situation in 2018*. Retrieved July 18, 2019, from [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=1193](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=1193)
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). *Summary of income and tourism expenses from foreign tourists entering Thailand in 2019*. Retrieved October 30, 2020, from [https://mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=521](https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=521).
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3<sup>rd</sup> Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Office of the National Economic & Social Development Board. (2015). *Summary 12<sup>th</sup> National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. Bangkok: Prime Minister's Office.
- Petchphongphan, W. (2019). A Causal Model of Factors Influencing Firm Success of Hotel Businesses in Thailand. *Panyapiwat Journal*, 11(1), 29-39.
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community-Social Capital and Public Life. *American Prospect*, 4(13), 35-42.



- Putnam, R. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Sattayopas, P., Lertphachin, C., & Techatanminsakul, S. (2014). The Causal Relationship Among Entrepreneurial, Marketing Capabilities, Innovation and Business Strategy toward Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises in Lanna of Thailand. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 9(2), 1-23.
- Spanos, Y. E., & Lioukas, S. (2001). An examination into the causal logic of rent generation: Contrasting Porter's competitive strategy framework and the resource-based perspective. *Strategic Management Journal*, 22(10), 907-934.
- Thongmak, S., & Ongkhasing, C. (2017). Social Innovation for Living Standard Improvements of Dual Non-Citizens Living Along the Thai-Myanmar Border, Kanchanaburi Province. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 13(3), 165-185.
- Wingwon, B., Nojthonglek, T., & Phiriyakun, P. (2013). Structural Effect of Business Environment Entrepreneurship and Determinant toward the Family Business Performance in Upper Northern Region of Thailand. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 8(2), 1-35.
- Zeebaree, M. R., & Siron, R. B. (2017). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 43-52.